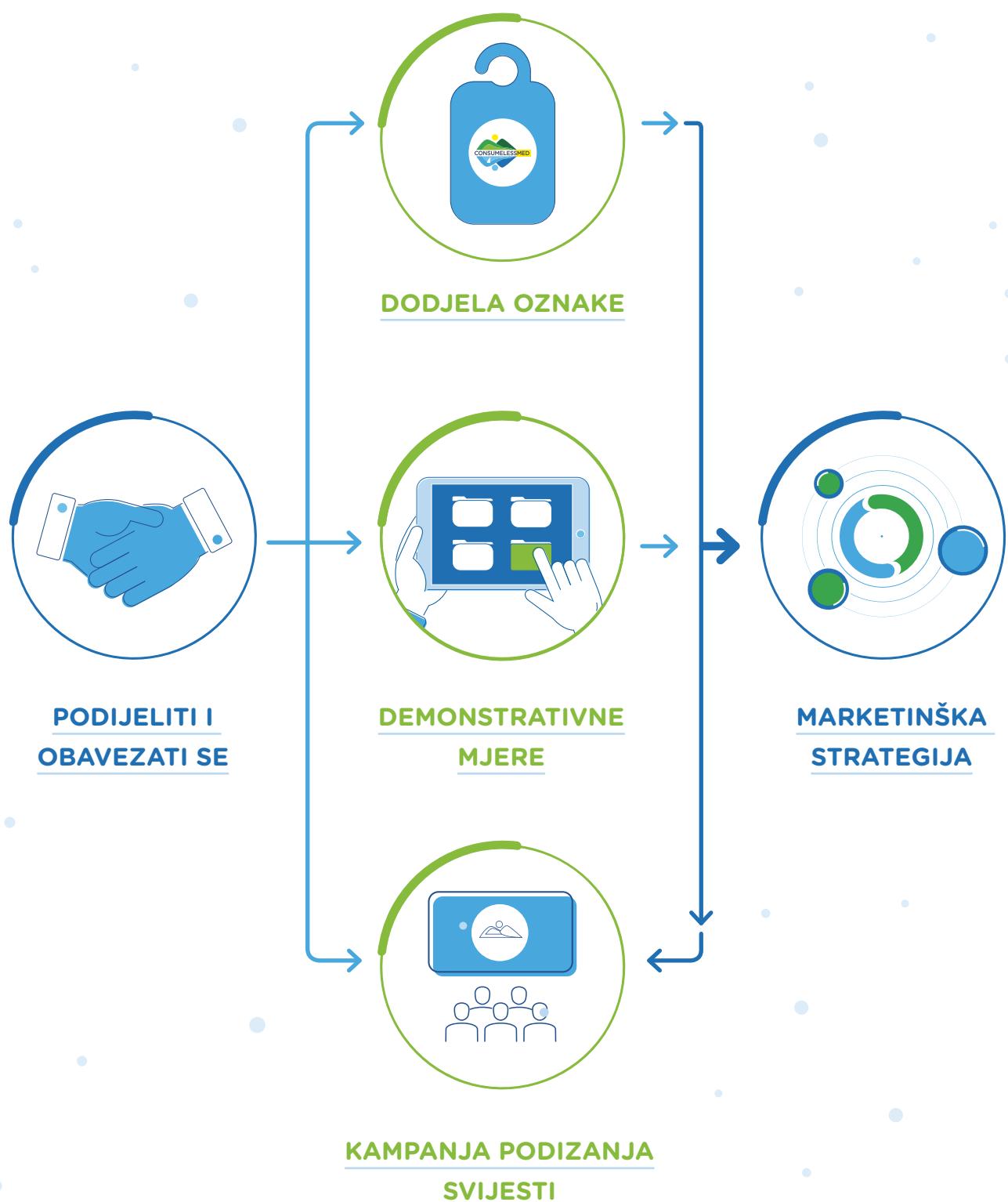




BOOKLET

Consume-less model



Oznaka ConsumeLess

OZNAKU CONSUMELESSMED TREBAJU ZAJEDNIČKI USPOSTAVITI JAVNA UPRAVA I LOKALNI KLJUČNI DIONICI TE ZAJEDNIČKI NJOME UPRAVLJATI I PROMOVIRATI JE. GLAVNI ZADACI CONSUMELESS ODBORA SU: PRUŽANJE TEHNIČKE PODRŠKE; DODJELA OZNAKE; PROMICANJE OZNAKE I OBJEKATA KOJIMA JE OZNAKA DODIJELJENA; PRAĆENJE PRIMJENE KRITERIJA OZNAKE.

Oznaka se dodjeljuje privatnim ili javnim pružateljima usluga: hotelima i smještajnim objektima; kampovima; kafićima i restoranima; trgovinama hranom i ručkovinama; odmaralištima na plaži (beach resorts).

Objekti koji žele koristiti oznaku ConsumelessMed trebaju potpisati ConsumelessMed obrazac koji uključuje sljedeće obveze:

- › provedba obveznih i dobrovoljnih akcija s ciljem smanjenja otpada, potrošnje vode i energije.
- › uprava mora osigurati da su zaposlenici svjesni ekoloških postupaka poduzeća i da se ponašaju na održiviji način;
- › provedba komunikacijskih aktivnosti: Oznaka ConsumelessMed mora biti istaknuta na vidljivom mjestu, informativni materijali o ekološkim obvezama i Consumeless Med inicijativama moraju biti vidljivi i dostupni gostima te objavljeni na webu.

Za više informacija o sadržaju i postupku provedbe možete preuzeti dokument: "3.1.1 Smjernice oznake ConsumelessMed".



Hotel



Restoran



Izlog

Consume-less demonstrativne mjere

DEMONSTRATIVNE MJERE ZAMIŠLJENE SU KAO INSTALACIJE KOJE SU SMJEŠTENE NA MJESTIMA S VISOKOM VIDLJIVOŠĆU, USMJERENE NA SMANJENJE OTPADA, UŠTEDU VODE, UŠTEDU ENERGIJE ILI PROIZVODNJIJU ENERGIJE IZ OBNOVLJIVIH IZVORA.

Navedene mjere igraju važnu ulogu u komunikaciji s turistima o obvezama općina/gradova vezano za smanjenje potrošnje resursa te time postaju ključni element lokalne kampanje podizanja svijesti. Stoga bi trebale biti vrlo vidljive za turiste koji posjećuju turistička odredišta, a trebalo bi ih se posebno promicati kroz komunikacijske materijale i događaje kampanje podizanja svijesti.

Consume-less turističko odredište može izabrati realizaciju jedne ili više demonstrativnih mjer fokusirajući se na jedan ili na sve okolišne probleme (energija, voda, otpad).

Demonstrativne mjeru mogu biti posebno dizajnirane i realizirane "ex novo" zajedno s lokalnim dionicima u slučaju da imaju dostupna javna sredstva i/ili privatna sponzorstva. U slučaju nedostatka namjenskih sredstava, postojeće inicijative ili instalacije s potencijalnom vidljivošću za turiste mogu se kapitalizirati boljom komunikacijom i promocijom.



**Odvojeno prikupljanje otpada na plažama
u mjestu Vélez-Málaga**

Zeleni zid u mjestu Marina di Ragusa



Kampanja podizanja svijesti

KAMPANJA PODIZANJA SVIJESTI IMA DVA GLAVNA CILJA:

- › mobilizirati i uključiti turističke subjekte i pružatelje turističkih usluga u cilju poboljšanja ekološke održivosti usluga koje se nude turistima, primjenom posebnih dobrih praksi koje su usmjerene na smanjenje otpada i uštedu energije i vode;
- › podići svijest turista i građana o važnosti usvajanja održivog Consume-less ponašanja radi očuvanja ekosustava i s tim povezane atraktivnosti turističke destinacije.

KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA TEMELJI SE NA TRI GLAVNE KOMPONENTE:

Inicijativa za „široko dostupne informacije“ na lokalnoj razini, usmjerene na promicanje Consume-less brenda čime se povećava predanost turističke destinacije u provedbi modela održivog turizma.



Direktna uključenost pružatelja turističkih usluga, pokazivanjem i distribucijom projektnih komunikacijskih materijala svojim klijentima.



Komunikacijska strategija na internetu i društvenim mrežama koja se temelji na pristupu pričanja priča, uključujući turiste i građane prikupljanjem video, audio poruka i slika.



Marketinška strategija

MARKETINŠKA STRATEGIJA MORA IDENTIFICIRATI GLAVNE KOMUNIKACIJSKE KANALE NA REGIONALNOJ, NACIONALNOJ I MEĐUNARODNOJ RAZINI ZA PROMICANJE CONSUME-LESS TURISTIČKOG MODELA, OSIGURAVAJUĆI BUDUĆU PRENOSIVOST I TRAJNOST MODELAA.



U isto vrijeme važno je definirati promocijske materijale, temeljem onih koji su razvijeni u okviru lokalne komunikacijske kampanje, koji se moraju promicati putem identificiranih marketinških kanala, alata i medija.

Temeljni alat marketinške strategije je on-line **platforma ConsumelessMed**, (www.consumelessmed.org) koja promovira Consumeless turistička odredišta i prikazuje sve inicijative i materijale proizvedene na lokalnoj razini. Putem platforme moguće je korak po korak slijediti provedbu ConsumeLess modela, dobiti praktične informacije i kontakte vezane za studije slučaja te mogućnost preuzimanja svih alata koji su osmišljeni, testirani i dorađeni u okviru projekta.

ConsumeLess dokument sastavljen je kako bi se pružila podrška lokalnim, regionalnim i nacionalnim vlastima u pružanju preporuka i smjernica za uključivanje ConsumeLess modela u postojeće politike, planove i programe koji se odnose na održivost i razvoj turizma. Na ovaj način gradovi koji usvajaju model mogli bi imati priliku iskoristiti postojeći program financiranja kako bi poboljšali Consume-less aktivnosti povezane s potrošnjom.

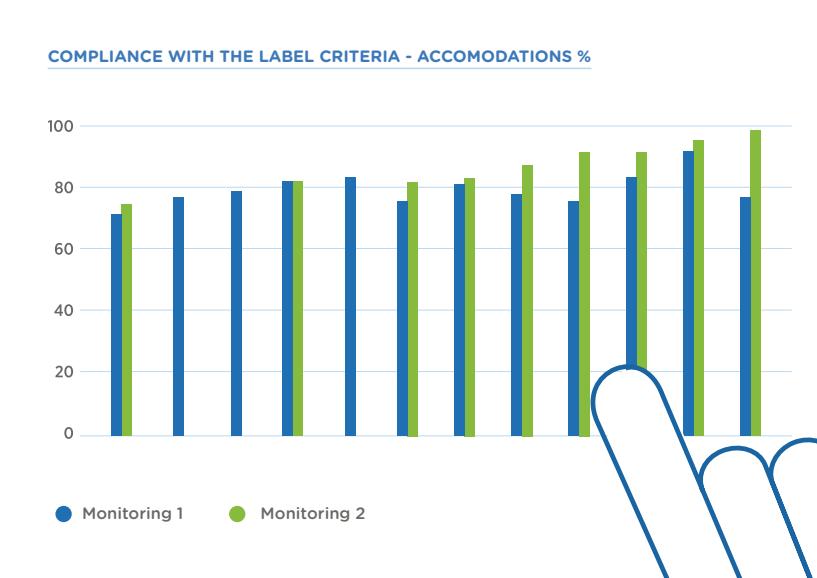
Praćenje

PRAĆENJE REZULTATA DOBIVENIH ZAHVALJUJUĆI PROVEDBI CONSUMELESS TURISTIČKOG MODELA OMOGUĆUJU EVALUACIJU UČINKOVITOSTI MJERA PROVEDENIH U PROMICANJU ODRŽIVIJE TURIZMA, ALI I DAJE KORISNE PODATKE I INFORMACIJE ZA RAZVOJ MARKETINŠKE STRATEGIJE.

Praćenje implementacije oznake ConsumelessMed: ovo je obvezan zadatak za objekte koje primjenjuju oznaku, a temelji se na provedbi samoprovjera i na periodičnim provjerama na licu mjesta za objekte koje provodi ConsumeLess odbor.

Praćenje demonstrativnih mjera: potrebno je definirati posebne postupke prikupljanja i obrade podataka u pogledu gospodarenja otpadom, uštede vode i energije kako bi se bolje komuniciralo s turistima i građanima o dobrobitima za okoliš od primijenjenih mjera.

Ove informacije odozdo prema gore, uključujući dodatne podatke koje bi mogli prikupiti javne uprave i drugi dionici koji su uključeni u pilot aktivnosti, također predstavljaju polazišnu točku za razvoj šireg sustava praćenja čiji je cilj bolje opisati i mjeriti utjecaje turizama i performanse održivosti područja.



Postavljanje Consume-less akcijskog plana



Napraviti analizu stanja turizma i glavnim utjecajima na okoliš te preliminarni prijedlog akcijskog plana za implementaciju ConsumeLess turističkog modela.



Edukacija lokalnih dionika o Consume-less modelu i njihovo uključivanje u doradu i odobravanje Akcijskog plana.



Osmisliti demonstrativne mjere, komunikacijsku kampanju te materijale i alate za njezinu provedbu i osmislići nacrt marketinške strategije za promicanje vašeg Consume-less turističkog odredišta.



Potpisati ugovor o implementaciji Consume-less modela i pokrenuti fazu provedbe, prezentirati akcijski plan za implementaciju modela lokalnoj zajednici, s posebnim osvrtom na pružatelje turističkih usluga.



Educirati pružatelje turističkih usluga za implementaciju akcijskog plana, organizirati informativne inicijative i posebne edukacijske radionice na kojima će se predstavljati i raspravljati o implementaciji označke ConsumelessMed.



Implementacija akcijskog plana i praćenje rezultata. Sve projektne aktivnosti, uključujući označku, demonstrativne mjere, komunikacijsku kampanju i marketinšku strategiju treba razvijati i pratiti u skladu s postupcima definiranim u akcijskom planu.

